

中国科学技术大学优秀博士学位论文推荐表

| | | | | | | | |
|---|--|------|------------------------|---------|--------|----|---|
| 作者姓名 | 陈夏雨 | 学号 | BA132040 53 | 出生年月 | 1990.8 | 民族 | 汉 |
| 院系名称 | 管理学院 | 联系电话 | 13665695 582 | 毕业去向 | 高校 | | |
| 指导教师 | 华中生 | | 获博士学位日期 | 2017年6月 | | | |
| 一级学科名称 | 工商管理 | | 二级学科名称 | | | | |
| 本科毕业院校 | 安徽工程大学 机电学院 | | 硕士毕业院校 | | | | |
| 承担主要社会工作 | 无 | | | | | | |
| 获奖情况 | 2017年获得中科院院长奖；2016年获得 Information Technology & People 期刊 “Outstanding Reviewer” 荣誉；2016年获得香港城市大学 Peter Ho 奖学金；2016年获得研究生专项奖学金（智造顺德奖）；2015年获得研究生国家奖学金 | | | | | | |
| 学位论文题目 | 工作场所中企业社交媒体可供性的实证研究 | | | | | | |
| 学位论文研究方向 | 信息系统 | | | | | | |
| 学位论文评阅专家 | 舒嘉 | 吴杰 | 毕功兵 | 方钰麟 | 周中允 | | |
| 学位论文答辩专家 | 舒嘉 | 吴杰 | 毕功兵 | 方钰麟 | 周中允 | | |
| 论文答辩日期 | 2017年5月18日 | | 论文答辩结果 (通过票数/不通过票数) | | 5/0 | | |
| 学位论文中文摘要 | | | | | | | |
| <p>随着企业社交媒体在工作场所中的日趋流行，组织和信息系统领域的学者们开始认识到企业社交媒体对企业本身的作用。尽管研究者们表现出很大的兴趣，但是到目前为止，很少有研究者把注意力放到企业社交媒体具体功能的研究上。本论文旨在探讨企业社交媒体的不同技术可供性以及从理论上阐述这些不同的可供性是如何导致员工不同的工作绩效。为了实现这一目标，作者进行了两个相关的研究。在第一个研究中，作者通过实证研究探讨了企业社交媒体的四种可供性（即可视性、可联系性、可编辑性和可持续性）如何影响员工之间的社交网络关系（即工具型关系和情感型关系），并最终影响员工的职责内工作绩效和创新工作绩效。鉴于企业社交媒体最特别的功能在于其可视性，因此，作者在第二个研究中进一步探讨企业社交媒体可视性的特点。基于交流可视性理论，作者研究了企业社交媒体交流可视性的两种特点（即信息透明性和网络半透明性）如何影响员工的知识管理行为（即知识分享和知识隐藏），并最终影响员工的创造力。同时，基于调节聚焦理论，作者进一步分析了促进聚焦和防御聚焦如何调节信息透明性和网络半透明性对知识分享和隐藏的影响。本论文加深了人们对企业社交媒体可供性在工作场所中发挥作用的理论理解。</p> | | | | | | | |

攻读博士期间与博士学位论文相关的代表性成果（限列 10 项）

| 发表学术论文数 | | 8 | 本人第一论文数 (含导师第一本人第二) | | 4 | 专利及其它成果数 | | |
|---------|---|--|---|-------|------|----------|--|--|
| 序号 | 成果名称 | 作者排名 | 期刊名称 | 发表时间 | 收录情况 | | | |
| 1 | Economic and Social Satisfaction of Buyers on Consumer-to-Consumer Platforms: The Role of Relational Capital | <u>Xiayu Chen</u> (陈夏雨), Qian Huang, Robert M. Davison | International Journal of Electronic Commerce | 2017年 | | | | |
| 2 | Understanding Buyers' Loyalty to a C2C Platform: The Roles of Social Capital, Satisfaction and Perceived Effectiveness of E-Commerce Institutional Mechanisms | Qian Huang (导师), <u>Xiayu Chen*</u> (陈夏雨, 通讯作者), Carol Xiaojuan Ou, Robert M. Davison, Zhongsheng Hua | Information Systems Journal | 2017年 | | | | |
| 3 | The Role of Website Quality and Social Capital in Building Buyers' Loyalty | <u>Xiayu Chen</u> (陈夏雨), Qian Huang, Robert M. Davison | International Journal of Information Management | 2017年 | | | | |
| 4 | What Drives Trust Transfer? The Moderating Roles of General Institutional Mechanisms and Seller-Specific Mechanisms | <u>Xiayu Chen</u> (陈夏雨), Qian Huang, Robert M. Davison, Zhongsheng Hua | International Journal of Electronic Commerce | 2015年 | | | | |
| 5 | Enhancing the Flow Experience of Consumers in China through Interpersonal Interaction in Social Commerce | Hefu Liu, Haili Chu, Qian Huang, <u>Xiayu Chen</u> (陈夏雨) | Computers in Human Behavior | 2016年 | | | | |
| 6 | The Impact of Technology Support for Contextualization and Media System Dependency on Enterprise Social Media Use | <u>Xiayu Chen*</u> (陈夏雨), Qian Huang, Robert M. Davison | Twenty-first Americas Conference on Information Systems (AMCIS) | 2015年 | | | | |
| 7 | The Moderating Effects of Contextual Factors on a Buyer's Trust in E-commerce Platforms and Sellers | <u>Xiayu Chen*</u> (陈夏雨), Qian Huang, Robert M. Davison, Zhongsheng Hua | Proceeding of 17th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS) | 2014年 | | | | |
| 8 | The Impact of Enterprise Social Networking Use on Team Performance: Transactive Memory System as an Explanation Mechanism | Hefu Liu, Zhiqiang Chen, Weiling Ke and <u>Xiayu Chen</u> (陈夏雨) | Proceeding of 17th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS) | 2014年 | | | | |
| 9 | | | | | | | | |